UKK | DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

VIDEO PROMOSI UMKM GEBLEK SAWAHAKING



Disusun oleh: **Lutfian Fajar Prihantoko**

SMK Negeri 1 Pengasih

Identitas UMKM

Nama usaha

Geblek Sawahaking.

Bidang usaha

Camilan tradisional

Media kontak

WhatsApp

Pemilik

Bu Sum
(Mbah Sum)

Produk

Geblek

Lokasi

Karangasem, Sidomulyo, pengasih,Kulon Progo

Latar Belakang

Mengapa Geblek Sawahaking?

Geblek Sawahaking merupakan salah satu UMKM kuliner di Kulon Progo yang memiliki daya tarik berupa lokasi dengan suasana alami, berada di tepi persawahan dan dekat aliran sungai. Suasana tersebut memberikan pengalaman tersendiri bagi pengunjung.

Untuk memperkenalkan produk dan identitas usaha kepada masyarakat, diperlukan media promosi.



Warung Geblek Sawah Aking (cuplikan video final)

Tujuan Pembuatan Video

Lima Tujuan Utama

1. Memperkenalkan umkm sebagai usaha makanan tradisional geblek
2. Menampilkan proses pengolahan: persiapan bahan, pembentukan adonan, hingga penggorengan
3. Memperlihatkan produk yang telah disajikan serta suasana lingkungan usaha
4. Memberi informasi lokasi usaha agar mudah dikenali masyarakat
5. Menghasilkan video promosi yang informatif.

Target Audiens

Siapa yang Dituju?

7–45

tahun

Laki-laki dan perempuan

KARAKTERISTIK

Sasarannya adalah pecinta kuliner lokal dan makanan tradisional, calon pengunjung Geblek Sawahaking, serta masyarakat Kulon Progo dan DIY.







Konsep & Arahan Kreatif

PESAN UTAMA

Memperkenalkan geblek khas Kulon Progo yang diolah langsung dan dapat dinikmati di warung dengan suasana alam yang nyaman.

Konsep video

Menggunakan voice over sebagai narasi utama yang dipadukan dengan visual lokasi, warung, proses pengolahan, penggorengan, dan penyajian.

Gaya Visual

Menggunakan cahaya alami, gerakan kamera dinamis, warna natural, serta motion graphic minimalis.

Gaya Audio

Menggunakan musik instrumental bertempo sedang-cepat, voice over narator, serta transisi audio fade-in dan fade-out.

Storyboard

1.	Opening	Menampilkan suasana persawahan, animasi logo, dan identitas Geblek Sawahaking.
2.	Pengenalan Lokasi	Memperlihatkan warung dan lingkungan sekitar dengan suasana alam.
3.	Proses Pengolahan	Menampilkan proses pembuatan adonan, pembentukan geblek, dan persiapan produk.
4.	Proses penggorengan	Memperlihatkan geblek saat digoreng hingga matang.
5.	Penyajian dan informasi produk	Menampilkan hasil geblek yang telah matang, penyajian, serta informasi harga produk.
6.	Closing	Menampilkan informasi lokasi dan kontak usaha sebagai penutup video.

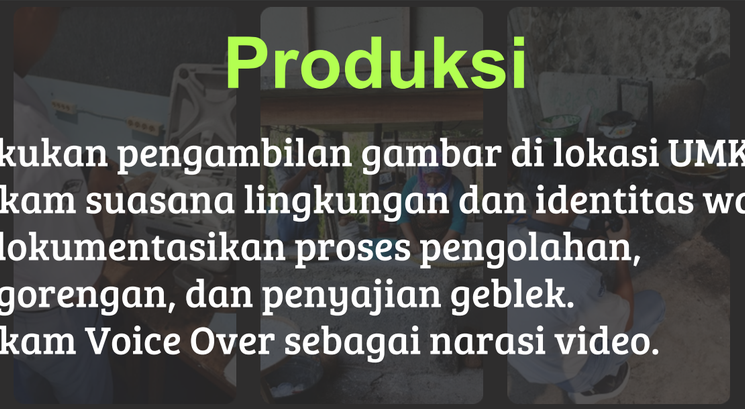
Perencanaan Produksi

Pra produksi



Menentukan ide, konsep, dan tujuan video promosi.
Mencari informasi kebutuhan UMKM.
Menyusun storyboard, dan naskah Voice Over.
Menyiapkan peralatan dan kebutuhan produksi.

Produksi



Melakukan pengambilan gambar di lokasi UMKM.
Merekam suasana lingkungan dan identitas warung.
Mendokumentasikan proses pengolahan, penggorengan, dan penyajian geblek.
Merekam Voice Over sebagai narasi video.

Pasca Produksi



Menyeleksi dan menyusun footage sesuai storyboard.
Mengolah visual, audio, dan Voice Over.
Menambahkan teks, animasi logo, dan motion graphic.
Melakukan rendering dan menghasilkan video final.

Spesifikasi Produk Akhir

Video Final

01:56	1920×1080	16:9	MP4
Durasi video final	Full HD, 30 fps	Landscape	H.264, audio AAC stereo

Hasil dan Pembelajaran

Kesimpulan

Video promosi UMKM Geblek Sawahaking berhasil dibuat sebagai media untuk memperkenalkan produk, proses pengolahan, dan identitas usaha secara menarik dan informatif.

Melalui proyek ini, diharapkan video dapat membantu memperkenalkan Geblek Sawahaking kepada masyarakat yang lebih luas sekaligus menjadi sarana penerapan dan pengembangan kompetensi di bidang Desain Komunikasi Visual.



TERIMA KASIH

Lutfian Fajar Prihantoko

SMK Negeri 1 Pengasih | Desain Komunikasi Visual